

**TUGAS SISTEM INFORMASI MANAJEMEN  
E-COMMERCE  
BUSINESS TO CUSTOMER (B 2 C)**



**Disusun Oleh :**

<b>RUSTAMAJI</b>	<b>(063110009)</b>
<b>DIAN MARLIATY</b>	<b>(063110093)</b>
<b>ANTONIUS FIRMAN H</b>	<b>(063110105)</b>
<b>PIPIT RAHMAWATI</b>	<b>(063110108)</b>
<b>HENDRA MENSION M</b>	<b>(063110110)</b>

**SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
AKAKOM  
YOGYAKARTA  
2007**

# **E-COMMERCE**

## **BUSINESS TO CUSTOMER**

### **(B2C)**

#### **A. PENDAHULUAN**

Usaha yang menggunakan internet merupakan suatu usaha yang sangat unik, karena hanya dengan satu media, perusahaan dapat melakukan usaha/bisnis baik dengan sesama perusahaan (business to business/B2B) atau langsung berbisnis dengan konsumennya (business to customer/B2C). Mereka dapat melakukan promosi produk, melakukan tanya jawab antara produsen dan konsumen yang dilakukan secara aktif. Usaha dalam hal ini lebih disorot pada bagian pembelian dan penjualan produk secara online. Melalui internet sebagai media elektronik koneksi para konsumen juga dapat mengetahui layanan lain yang dapat diperoleh dari sebuah perusahaan. Dan tentunya adanya teknologi yang semakin meningkat membuat para konsumen merasa setiap saat berada dalam situasi “pasar” yang dapat memenuhi segala kebutuhan hanya dengan sebuah perangkat komputer dan layanan internet yang mendukung.

#### **B. DEFINISI E-COMMERCE**

Dalam dunia bisnis dengan bantuan teknologi informasi saat ini sudah berkembang dalam dunia internet. Dengan bantuan internet bisnis lebih dimudahkan karena internet sudah menjamur dimasyarakat sehingga kebanyakan masyarakat lebih menyukai berbisnis dengan internet. Dalam bisnis dengan internet meliputi berbagai jenis transaksi salagsatunya adalah transaksi jual beli yang sering disebut dengan e-commerce.

Berikut definisi e-commerce dari beberapa sumber :

“Mekanisme bisnis secara elektronik” (Association for Electronic Commerce)

“Penggunaan jejaring komputer (komputer yang saling terhubung) sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Di dalam e-commerce terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam suatu perusahaan dengan menggunakan intranet”. (Commerce Net / Konsorsium Industri)

“Suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B TO B) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B TO C)”. (Harman A., and John Sifonis, Net Ready Strategies for Success in the e-Conomy, United States McGraw-Hill, 2000)

“Penggunaan media transmisi elektronik (telekomunikasi) untuk melakukan proses pertukaran, meliputi pembelian dan penjualan, produk dan layanan yang membutuhkan sarana transportasi, baik secara fisik atau digital, dari satu lokasi ke lokasi lain”. (Greenstein Commerce, 2<sup>nd</sup> edition, McGraw-Hill. 2002)

#### **C. DEFINISI B 2 C**

“Business to Customer” (B2C) merupakan bagian dari e-commerce yang biasanya digunakan untuk bertransaksi atau melakukan aktivitas jual beli secara langsung. Misalnya untuk mengetahui jumlah barang yang ada di pasar, atau melakukan proses jual-beli barang. B2C merupakan salah satu model ecommerce yang muncul untuk membantu suatu perusahaan dan konsumen untuk dapat bertransaksi secara

elektronik/digital dimana saja dan kapan saja dalam nilai nominal yang tidak besar. Suatu contoh B2C yang cukup terkenal adalah Amazon.Com yang merupakan layanan internet yang menjual berbagai macam buku yang menggunakan metode online. Amazon.com berdiri sejak tahun 1995 dan kini telah berkembang pesat dan sukses di pasaran. Contoh lain yang mulai berkembang dalam dunia usaha adalah 'EASY TO GROW' Bulbs.Com, yang merupakan layanan internet yang melakukan jual beli berbagai jenis bunga dan memberikan berbagai macam informasi mengenai cara penanaman bunga yang baik dan semuanya itu dapat dilakukan secara online.

B2C lebih berfokus pada prospek yang membujuk dan mengajak konsumen untuk melakukan tawaran dan permintaan dalam sebuah proses elektronik. Sedangkan tujuan utamanya adalah memungkinkan perubahan cara berbelanja. Didalam proses B2C mampu memberikan informasi–informasi antara perusahaan dengan konsumen yang menggunakan layanan Internet. Yang termasuk dalam proses tersebut antara lain pemesanan produk, informasi produk, spesifikasi dan layanan usaha dan juga bisa men-transfer dokumen yang dibutuhkan antara perusahaan dan konsumen.

#### **D. PELAYANAN-PELAYANAN B 2 C**

Dalam sebuah perdagangan baik itu pada kegiatan yang sering dilihat di toko-toko, atau di internet pelayanan sangat menentukan baik buruknya perusahaan tersebut (perusahaan besar atau kecil). Meskipun berdagang dengan menggunakan media internet, pembeli tidak bertatap muka secara langsung namun mereka (penjual dan pembeli) berinteraksi secara langsung.

Apabila seorang pembeli sudah tidak merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan, maka secara otomatis pembeli tersebut sudah tidak simpatik lagi dengan barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga berkemungkinan besar pembeli tersebut akan meninggalkannya. Untuk itu perlu diperhatikan bagaimana pelayanan-pelayanan yang dilakukan oleh penjual kepada pembelinya.

Layanan–layanan yang diberikan oleh B2C antara lain:

- (a) Memuat contoh produk yang dijual beserta informasi – informasinya.
- (b) Transaksi pemesanan barang.
- (c) Transaksi pembayaran barang.
- (d) Transaksi pengiriman barang.
- (e) Memuat berita – berita terbaru tentang berbagai produk.
- (f) Menginformasikan lokasi penjualan dan layanan.
- (g) Memberikan layanan service secara lengkap.

Secara garis besar type-type pelayanan B2C terbagi 3 yaitu: Auction Stores, Online Stores, Online Services.

##### **Auction stores**

Dimana layanan ini sebagai tempat untuk memberikan pelayanan dalam bidang perdagangan. Misalnya untuk: mengiklankan produk perusahaan, cara pembayaran dsb. Sehingga dapat kita ketahui jika menggunakan pelayanan ini kita dapat memaksimalkan keuntungan yang ingin kita capai karena penawaran yang sangat banyak dari berbagai negara. Contohnya [www.ebay.com](http://www.ebay.com).

##### **Online Stores**

Layanan ini merupakan tempat untuk menjual/membeli barang secara digital dengan memilih, memesan barang dengan menggunakan internet tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan penjual maupun barang yang ingin dibeli. Contoh: [www.amazon.com](http://www.amazon.com).

##### **Online services**

Layanan ini merupakan tempat untuk meminta informasi atau servis lain dari perusahaan dengan cepat dan mudah atau dapat melakukan proses jual beli jasa, misalnya saja tiket perjalanan, jasa servis dan lain-lain. Contoh: [www.travelocity.com](http://www.travelocity.com).

## **E. KELEBIHAN DAN KEKURANGAN JENIS PELAYANAN B2C**

Di mana pun kita melakukan bisnis terutama dalam berdagang, maka pelayanan yang ditawarkan oleh penjual baik pada keseharian maupun dalam intrnet pastilah mempunyai kekurangan dan kelebihan masing-masing. Khususnya dalam jenis pelayanan B2C ini mempunyai keuntungan dan kekurangan sebagai berikut :

### **Auction Model**

#### **Keuntungan dari Internet auction antara lain:**

1. *Convinience*, orang dapat tetap tinggal di rumah atau kantor dan tetap berpartisipasi dalam perdagangan dalam melakukan tawar menawar.
2. *Flexibility*, dengan layanan ini dapat mensinkronisasi tawar menawar antara penawar dan pelanggan bukan hanya untuk waktu saat itu saja tetapi dapat mengetahui proses beberapa waktu yang lampau.
3. *Increased Reach*, layanan internet auction ini dapat memperluas daerah jangkauan sehingga tentunya mampu meningkatkan keuntungan.
4. *Economical to operate*, dengan menggunakan layanan ini makin memperkecil biaya untuk pengembangan yang dibutuhkan .

#### **Kekurangan internet auction antara lain:**

1. *Inspection of goods*, tidak dapat memungkinkan untuk melakukan pemeriksaan barang secara fisik.
2. *Potential for fraud*, dapat terjadinya penipuan karena proses pembayaran dan pengiriman barang yang cenderung tidak dilakkan secara bersama. Sehingga memungkinkan penjual telah mengirim barang, namun pembayaran masih belum diselesaikan.

### **Online Stores**

#### **Keuntungan bagi perusahaan:**

1. Meningkatkan pendapatan perusahaan
2. Menurunkan biaya operasional (penjual dan pembeli berinteraksi langsung)
3. Menurunkan biaya promosi.

#### **Keuntungan bagi konsumen:**

1. Harga terjangkau
2. Pilihan yang bermacam-macam
3. Informasi yang lebih baik dan lengkap.

### **Online Services**

Kemampuan–kemampuan yang dimiliki dengan menggunakan layanan internet dengan model online services antara lain:

1. Komunikasi yang cepat
2. Dapat melakukan access secara global
3. Customer dapat memilih dan menentukan barang yang diinginkan.
4. Adanya peningkatan layanan
5. Penggabungan layanan dalam satu web site.

## **F. FUNGSI DAN KEUNTUNGAN MENGGUNAKAN B 2 C**

B2C sangat membantu kita dalam melakukan transaksi dan menghadapi perkembangan teknologi. Terutama membantu dalam perdagangan yang menggunakan media internet. Tanpa adanya prinsip kerja yang diterapkan dalam B2C suatu bisnis mungkin tidak akan berjalan optimal. Jika kita mampu menerapkan B2C dalam bisnis maka kita akan mendapatkan manfaat dan keuntungan yang besar. Adapun fungsi dan keuntungan menggunakan B2C antara lain:

1. Terbuka untuk umum, masyarakat yang ingin menggunakan layanan ini dapat bergabung tanpa ada persyaratan tertentu.
2. Service bersifat umum, semua yang dibutuhkan secara umum dapat diperoleh pada layanan ini.
3. Service berdasarkan permohonan, pelayanan yang diberikan sesuai permintaan konsumen sehingga kepuasan konsumen menjadi target utama pemenuhan.
4. Efisien dalam hal waktu dan biaya, dengan layanan ini kita dapat menjelajah ke segala penjuru dan dapat memesan keinginan barang yang dibutuhkan.

## **G. KESIMPULAN**

B2C merupakan jenis E-commerce yang berisi transaksi antara perusahaan dengan konsumen. Dengan menggunakan layanan ini kita dapat melakukan berbagai hal dengan cara yang singkat dan praktis. Misalnya melakukan pemilihan barang, pemesanan barang, meminta informasi–informasi, melakukan pembayaran, meminta layanan–layanan perusahaan dan masih banyak lainnya.

Dengan menggunakan layanan B2C konsumen dan perusahaan mendapat banyak keuntungan. Bagi perusahaan dapat memperkecil biaya untuk iklan ataupun proses jual beli, memperluas pasar, dan mengefisiensikan waktu. Sedangkan bagi konsumen dapat memilih berbagai macam barang yang dibutuhkan dengan cara yang praktis dengan menggunakan satu media saja. Selain itu konsumen dapat menyingkat waktu, dan menghemat biaya dalam memenuhi kebutuhannya.